



| | |
|-------------------------------------|-----------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | Pro gradu -tutkielma |
| <input type="checkbox"/> | Lisensiaatintutkielma |
| <input type="checkbox"/> | Väitöskirja |

| | | | |
|------------|--|------------------|-----------|
| Oppiaine | Liiketaloustiede, markkinointi | Päivämäärä | 1.12.2005 |
| Tekijä(t) | Riku Lehtimäki | Matrikkelinumero | |
| | | Sivumäärä | 85 |
| Otsikko | Verkkokaupan palvelun laatu ja siihen liitettävät hyödyt ja esteet Case: Suomen Matkatoimisto | | |
| Ohjaaja(t) | VTT Timo Toivonen KTL Ulla Hakala | | |

Tiivistelmä

Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää millainen käsitys kuluttajilla on matkatoimiston verkkopalvelun laadusta ja millaisia hyötyjä ja esteitä verkkokauppaan yleisesti koetaan liittyvän. Tutkimusongelma pyrittiin ratkaisemaan osaongelmien avulla, jotka olivat: millaisia hyötyjä ja esteitä verkkokauppaan liitetään, mistä tekijöistä verkkopalvelun laatu muodostuu ja miten asiakkaat kokevat Suomen Matkatoimiston verkkopalvelun.

Tutkimuksen aineisto kerättiin postikyselyn ja Internet-kyselyn avulla. Aineistoa analysoitiin Pearsonin korrelaatiokertoimen, varianssianalyysin ja faktorianalyysin avulla. Aineiston analyysissä käytettiin SPSS 11.0 –ohjelmaa.

Tutkimuksessa selvisi, että Suomen Matkatoimiston asiakkaat ovat melko kokeneita Internetin ja verkkokaupan käyttäjiä, mutta yllättävän harva oli silti tehnyt matkavarauksia verkon kautta. Tulosten perusteella vaikuttaisi siltä, että verkkopalvelusta haetaan lähinnä tietoa, mutta varsinainen varaus tehdään edelleen perinteisin keinoin, joko soittamalla, tai asioimalla toimistossa.

Tulosten mukaan suurimmat verkkokaupan esteet liittyvät tietoturvaan ja henkilötietojen suojaan. Tutkittaessa tuloksia tarkemmin huomattiin, että kokemuksella on suuri merkitys suhtautumisessa verkkokauppaan. Kokeneemmat Internetin käyttäjät pitivät verkkokaupan hyötyjä suurempina ja esteitä pienempinä kuin kokemattomammat vastaajat. Kokeneemmat vastaajat pitivät myös Suomen Matkatoimiston verkkopalvelun laatua parempana.

Tutkimuksen tulosten pohjalta voidaan todeta, että Suomen Matkatoimiston verkkopalvelu on laadultaan hyvää. Tärkeää olisikin saada yleiset asenteet verkkokauppaa kohtaan myönteisemmiksi.

| | |
|---------------|------------------------------|
| Asiasanat | verkkokauppa, palvelun laatu |
| Muita tietoja | |